

Після вибору копін-стратегії постає питання підбору тактичних прийомів: психологічна самооборона, асертивні техніки та залучення до загальношкільних програм медіації.

Список використаних джерел

1. Глазырина Л. А. Предотвращение насилия в образовательных учреждениях : методическое пособие для педагогических работников / Л. А. Глазырина, М. А. Костенко; [под ред. Т. А. Епомяна]. – М.: Бюро Юнеско в Москве, 2015. – 144 с.
2. Дубровська Є. Насильство в школі: аналіз проблеми та допомога. Якої потребують діти та вчителі у її розв'язанні / Є. Дубровська, М. Ясеновська, М. Алексєєнко. – Київ: Всеукраїнська громадська організація «Жіночий консорціум України», 2009. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://wcu-network.org.ua/public/upload/files/schulNAS111.pdf>
3. Психологическая безопасность: Учебное пособие / [Соломин В.П., Шатровой О.В., Михайлов Л.А., Маликова Т.В.]. – М.: Дрофа 2008. – 288 с.
4. Рассказова Е.И. Копинг-стратегии в психологии стресса: подходы, методы и перспективы / Е.И. Рассказова, Т.О. Гордеева. - [Электронный ресурс] // Психологические исследования: электрон. научн. журн. 2011. - №3(17). Режим доступа: <http://psystudy.ru/num/2011n3-17/493-rasskazova-gordeeva17.html>
5. Olweus D. A useful evaluation design, and effects of the Olweus Bullying Prevention Program. / Olweus D. - Psychology, Crime & Law, 2005. - 11, 389-402.

Весельська А.Л.

асистент

*кафедри теоретичної та практичної психології,
Житомирський державний університет імені Івана Франка*

КОГНІТИВНИЙ КОМПОНЕНТ У ПСИХОЛОГІЧНІЙ МОДЕЛІ РОЗУМІННЯ МУЗИЧНИХ ТВОРІВ

Питання співвідношення понять «знання» та «розуміння» є актуальним для психології музичного мистецтва і зумовлюється особливостями та специфікою об'єкта розуміння. Пропонована робота містить теоретичний аналіз та обґрунтування складових когнітивного компонента у загальній моделі розуміння музики.

Узагальнюючи дослідження в області розуміння мистецтва, В.В.Знаков зазначає, що, не зважаючи на те, що психологія мистецтва викликає загальний інтерес, «в психологічній літературі представлено дуже мало експериментальних, а особливо теоретичних досліджень, присвячених науковому аналізу створення, а також сприймання та розуміння людьми художніх творів [2, с. 157]. Він виокремлює три взаємопов'язані аспекти

«художньої компетентності» та визначає це поняття як найузагальненішу характеристику розуміючого суб'єкта: когнітивна складність картини світу реципієнта, схильність до сприйняття багатомірності та альтернативності; володіння специфічними «мовами» різних видів, стилів та жанрів мистецтва, що дозволяють дешифрувати інформацію, що містить художній текст та «перекласти» зміст мови мистецтва на мову людських емоцій та смислів; наявність системи операціональних навичок та вмінь особистості, що визначає її здатність здійснювати адекватну тексту діяльність по його «розпредмечуванню».

А.Б.Коваленко, аналізуючи структуру розуміння, відштовхується від положень, що ґрунтуються на системній методології. Вона зазначає: «Проблема розуміння, на наше переконання, відноситься до таких феноменів, аналіз яких доцільно здійснювати на принципах системного підходу» [4, с. 82]. Дослідниця стверджує, що аналіз діяльності суб'єкта, який включений у процес розуміння, дає змогу описати його структуру у вигляді взаємопов'язаних функціональних компонентів. «Це дає змогу розчленувати процес розуміння на складові компоненти, які визначають його перебіг, та проаналізувати кожен з них окремо. Застосовуючи системний підхід до аналізу проблеми розуміння, можна виділити щонайменше три базові компоненти: когнітивний, операціональний та регулятивно-особистісний» [4, с. 82]. Слід зазначити, що даний поділ досить умовний і в реальному перебігу процесу розуміння виділення кожного з компонентів та їх складових досить складне, що свідчить про тісний взаємозв'язок та взаємозумовленість виділених компонентів.

Модель розуміння, розроблена А.Б.Коваленко, може бути базовою для дослідження розуміння музичних творів.

Враховуючи особливості та специфіку музики, як об'єкта розуміння, розгляд та аналіз психічних явищ передбачається проводити з урахуванням як внутрішніх (суб'єктивних) так і зовнішніх (об'єктивних) чинників. Суб'єкт розуміння розглядається як цілісна особистість, особливості внутрішніх психічних якостей якої виявляються по-різному в залежності від об'єкта розуміння. У ході розуміння музичного твору відбувається включення різних компонентів розуміння – когнітивного, операціонального та регулятивно-особистісного – в регуляцію поведінки суб'єкта діяльності, своєрідність поєднання яких залежить як від суб'єктивно-особистісних характеристик, так і від особливостей музичного твору.

Когнітивний компонент включає:

- **знання**, накопичені суб'єктом (рівень поінформованості у сфері музичного мистецтва): сутності та функції музичного мистецтва; змісту засобів музичної виразності, що опосередковують процес розуміння (форми, жанру); історичних умов, що зумовили появу музичного твору; особливостей особистості композитора.

- **попередній досвід**: музично-слуховий та життєвий досвід;

- *суб'єктивні системи смислів* (стереотипи, шаблони, установки): стереотип поверхового сприймання; установка на естетичне задоволення.

Інформаційна естетика розглядає сприймання та розуміння художніх творів як дії, аналогічні базі знань. База знань визначається як система, що самоорганізується. Вона є рухливою та мінливою у зв'язку з новими даними, тому розуміння будь-якого фрагменту мови вимагає від індивіда звернення до бази даних, що постійно адаптується. Розуміння будь-якого висловлювання веде, у свою чергу, до подальшої реорганізації цієї бази даних.

Вплив музичного досвіду на сприймання та розуміння музики вивчався О.Костюком, А.Сохором, Є.Назайкінським, Д.Шелдоном та Дж.Пірсом. «Для непідготовленого слухача музика – це набір звуків, що відбираються не із обмеженого класу вже відомих звуків, а із нескінченної множини всіх можливих звуків» [6, с. 206]. Теоретично обґрунтував залежність розуміння музики від слухового досвіду А.Сохор: «Слухач може зрозуміти та пережити зміст музики тільки у тому випадку, коли може сприймати звуковий потік не як випадковий та хаотичний, а як організований, осмислений, тобто, такий, в якому відчувається взаємозв'язок та функціональна залежність елементів. Послідовно сприйняті звучання співставляються слухачем з усіма їх властивостями. Якщо в зміні однієї або кількох властивостей свідомість виявляє якусь закономірність, то послідовність сприймається як зв'язна, не випадкова, тобто, логічна. Вловивши цю закономірність, слухач отримує можливість «передбачити» подальший напрямок процесу. Очевидно, що очікування може виникнути у нас на основі певного досвіду: ми чекаємо появи будь-якого звучання лише тому, що, за нашими спостереженнями, воно найбільш вірогідне у цьому місці, оскільки частіше всього слідувало в аналогічних випадках у попередніх звучаннях» [7, С. 70-71]. Таким чином, наявний досвід слухання музики робить можливим, на думку А.Сохора, розуміння того, що в музиці називають її мовою або стилем.

Але розуміння тільки мови музичного твору, його стильових особливостей, ще не визначає повноту розуміння всього твору, якщо він має складнішу від елементарної будову (форму). Про неможливість досягнення змісту складних музичних творів без знань, що опосередковують розуміння музики йдеться в багатьох семіотичних дослідженнях. Так, М. Арановський у праці «Мислення, мова, семантика» аналізує механізм переходу позамузичного стимулу у звукове «тіло» за допомогою багатьох стадій опосередкування: «У відомому смислі цей процес можна розглядати як акомодацию (пристосування). Немузичне пристосовується до можливостей музичної мови. Воно формується у свідомості композитора, орієнтуючись на первинну інтрамузичну семантику. Форми акомодации складаються поступово, історично і тому здаються безумовними» [1, с. 121]. Так, для непідготовленого слухача

буде незрозумілим значення обраної композитором форми, оскільки цей вибір відмежовує всі інші значення, що не можуть бути вираженими саме цією структурою. Так, рондо не дозволяє розкрити конфліктні відношення, які розкриває соната, передати еволюцію першочергової музичної ідеї, що є специфікою варіацій.

Вибір жанру також визначає певною мірою межі змісту музичного твору. Що можливо передати оперою, неможливо інструментальною п'єсою. Свою специфіку має культова, побутова музика. Таким чином жанр, форма та програма музичного твору виконують функції породжуючої моделі, що має певний семантичний матеріал. В. Медушевський зазначав, що музичний уривок не може бути сприйнятий як веселий або скорботно-героїчний, якщо його структура не відповідає нашим уявленням про веселе чи скорботно-героїчне. Саме відтворення тієї системи уявлень, за допомогою якої «прочитується зміст», і є, на думку В.Медушевського, ключ до аналізу музики, шлях до розуміння музичного образу, що приховується у структурі музичного тексту[5].

За Г.В.Іванченко, процеси розуміння музики пов'язані з постійним віднаходженням незнайомого в знайомому та знайомого в незнайомому. Іншими словами, у процесі музичного сприймання постійно відбувається звернення до тезаурусу, до його елементарних та крупніших, ядерних та периферичних одиниць. Під час руху від елементарних смислів до метасмислів елементарні одиниці категоризуються та інтегруються [3, с.100].

Підсумуємо наведені положення висловлюванням А.Сохора [6, с.193] про те, що музику не можна назвати мовою без лапок (тобто, системою умовних знаків). Так, вона говорить нам дещо, але значення «сказаного», включаючи емоції, по-справжньому зрозуміле тільки за умови попереднього засвоєння слухачем хоча б основ виробленої суспільством системи музично-виразних засобів, на яку спирається композитор.

Список використаних джерел

1. Арановский М.Г. Мышление, язык, семантика // Проблемы музыкального мышления. Сборник статей. Составитель и редактор М.Г.Арановский. М., «Музыка», 1974. – 336 с.
2. Знаков В.В. Психология понимания: Проблемы и перспективы. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. – 448 с.
3. Иванченко Г. В. Психология восприятия музыки: подходы, проблемы, перспективы. — М.: Смысл, 2001. — 264 с.
4. Коваленко А. Б. Психология розуміння. — К., 1999. — 184 с.
5. Медушевский В. О содержании понятия «Адекватное восприятие». В кн. Восприятие музыки: Сб. статей / Ред.-сост. В.Н.Максимов. – М.: Музыка, 1980, – 256 с.

6. Сохор А. Вопросы социологии и эстетики музыки. — Л.: Советский композитор, 1981. — 295 с.
7. Сохор А.Н. Социальная обусловленность музыкального мышления и восприятия // Проблемы музыкального мышления. Сборник статей. Составитель и редактор М.Г.Арановский. М., «Музыка», 1974. — 336 с.

Вікарчук О. І.

кандидат економічних наук, доцент

Житомирський державний університет імені Івана Франка

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У сучасній ринковій економіці, коли конкуренція між виробниками товарів різко зростає, а споживачі стають більш вибагливими, кожне підприємство зацікавлено в ефективному управлінні своєю маркетинговою діяльністю. Така діяльність має наповнюватися не тільки різними заходами, а й чітко координуватися і плануватися в сучасних умовах. Одночасно підприємствам необхідно знаходити нові потенційні ринки, впроваджувати інноваційні технології та створювати відповідну продукцію, вивчати діяльність потенційних конкурентів та впроваджувати заходи по збереженню та підвищенню конкурентних позицій на відповідному ринку. Застосування маркетингового менеджменту є однією з основних умов для розвитку підприємства та формування ринкових відносин [4, с. 33].

Маркетинговий менеджмент — це процес аналізу, планування, реалізації і контролю за здійсненням заходів, спрямованих на встановлення та підтримання взаємовигідних зв'язків із цільовим ринком для досягнення певних цілей організації.

Всі інструменти маркетингового менеджменту повинні бути зорієнтовані на вирішення існуючих чи можливих проблем потенційних споживачів. Маркетингове управління тісно пов'язане з дослідженнями, аналізом, можливостями реагування фірми на зміни її внутрішнього та зовнішнього середовища. Формування маркетингового менеджменту передбачає наявність знань із основ потреб ринку, процесів виробництва, фінансово-господарських операцій, соціально-економічних принципів управління фірмою тощо. Його основним стратегічним ресурсом повинно бути максимальне задоволення потреб ринку, тобто споживача [3, с. 123].

Впровадження маркетингового менеджменту на підприємствах в умовах формування ринкових відносин є об'єктивною необхідністю. Даний процес зумовлює потребу в реалізації трьох груп заходів:

1. організаційні заходи — передбачають внесення відповідних структурних змін до організації і техніки управління підприємством;